

**ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PEMASARAN USAHA
MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KERAJINAN DULANG KAYU DI
DESA PETANDAKAN KECAMATAN BULELENG KABUPATEN
BULELENG**

Oleh

Nyoman Ayu Arya Indrayani NIM. 1617011075

Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini Bertujuan Untuk mengetahui strategi pemasaran kerajinan dulang kayu dan Untuk mengetahui analisis SWOT terhadap strategi pemasaran kerajinan dulang kayu. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti memilih lokasi pengrajin dulang yaitu di Desa Petandakan, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng yang terletak di Jalan Pulau Menjangan. Adapun subjek dalam penelitian pada Pengrajin Kerajinan Dulang Kayu di Desa Petandakan, yaitu 3 orang pemilik. Objek dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kerajinan Dulang Kayu di Desa Petandakan Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data *SWOT analysis*. Hasil penelitian Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Analisis SWOT Pada Pengrajin Dulang Kayu maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Kekuatan (*Strenght*) yang dimiliki pengrajin kerajinan dulang di Desa Petandakan masih mudah untuk mendapatkan bahan baku, memiliki motif atau corak yang beraneka ragam, memiliki kualitas dulang yang tahan lama, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas, memiliki Standar Oprasional Prosedur yang jelas dan memiliki karyawan yang sudah paham akan cara pembuatan kerajinan dulang kayu. Kelemahan (*Weaknness*) yang dimiliki oleh pengrajin kerajinan dulang kayu di desa petandakan yaitu: jumlah yang bekerja saat ini mulai mengalami penurunan dan pengabilan keputusan masih pada pemilik usaha. Peluang (*Opportunity*) yang dimilikki dimiliki oleh pengrajin kerajinan dulang kayu di desa petandakan yaitu: pemerintah melibatkan kerajinan dulang kayu di setiap acara paeran, adanya kerjasama antara pengrajin dan pemerintah, pangsa pasar yang cukup tinggi, penjualan dulang kayu mengalami peningkatan saat mendekati hari raya tertentu hingga mengakibatkan penjualan pun ikut meningkat. Ancaman (*Threats*) yang dimilikki dimiliki oleh pengrajin kerajinan dulang kayu di desa petandakan yaitu: mengalami penurunan penjualan sejak awal tahun 2020, belum semua memanfaatkan media social untuk memasarkan produknya, adanya pesaing yang mampu memberikan harga yang lebih murah dan bisa menyelesaikan barang dengan waktu yang singkat. Strategi yang tepat digunakan oleh Pengrajin Dulang Kayu di Desa Petandakan adalah Strategi Agresif yaitu strategi dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang (*Strengths-Opportunity*) agar perusahaan dapat tumbuh berkembang dan bisa menghadapi persaingan.

Kata Kunci: SWOT, Strategi Pemasaran, UMK

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy of wooden dulang and to determine the SWOT analysis of the marketing strategy of wooden dulang. This type of research uses descriptive research methods with a quantitative approach. The researcher chose the location of the dulang craftsmen, namely in Petandakan Village, Buleleng District, Buleleng Regency which is located on Jalan Pulau Menjangan. As for the subjects in the study of the Wooden Tray Craftsmen in Petandakan Village, namely 3 owners. The object of this research is the Marketing Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of Wooden Dulang Crafts in Petandakan Village, Buleleng District, Buleleng Regency. In this study using data analysis techniques SWOT analysis. The results of the research Based on the results of the research and discussion of the SWOT Analysis on Wooden Tray Craftsmen, it can be concluded as follows: The strength of the dulang craftsmen in Petandakan Village is still easy to obtain raw materials, has a variety of motifs or patterns, has a durable quality of the dulang, the price offered is in accordance with the quality, has clear Standard Operational Procedures and has employees who already understand how to make wooden dulang crafts. Weaknesses of the wooden tray craftsmen in the village of Petandakan are: the number of workers is currently starting to decrease and the decision making is still with the business owner. Opportunities owned by wooden tray craftsmen in Petandakan village, namely: the government involves wooden tray crafts at every exhibition, there is collaboration between craftsmen and the government, market share is quite high, sales of wooden trays have increased as certain holidays approach so that sales also increase. The threats that are owned by wooden tray craftsmen in the village of Petandakan are: sales have decreased since early 2020, not all have used social media to market their products, there are competitors who are able to provide lower prices and can complete goods in a short time. The appropriate strategy used by the Dulang Kayu Craftsmen in Petandakan Village is an Aggressive Strategy, namely a strategy by optimizing strengths and opportunities (Strengths-Opportunity) so that the company can grow and develop and be able to face competition.

Keywords: SWOT, Marketing Strategy, UMK.